

北京市政府出手救市：

便利店进入3.0时代 差异化店型是关键

北京市商务委等7部门发布关于进一步促进便利店发展的19条新措施,每个社区原则上配备两个便利店,按总投资的50%金额给予资金支持,允许连锁便利店销售乙类非处方药,支持搭载出版物、代收代缴等综合服务功能……

在北京一直被诟病便利店服务体系基础较差,远远落后于上海市场,邻家暴雷破产后,便利店资产被物美收购,北京急了,出手救市,目标6000家,按照这个目标北京便利店的数量将超过上海。

真正意义上大踏步,成为城市基础设施的服务提供商,按照医药出版、代收代缴功能的规划,北京便利店真正意义上开始与日本的便利店功能齐平,北京便利店迎来了3.0时代。

熟悉日本、台湾便利店的人都了解,日式便利店承担了日本的零售、鲜食、物流、出版、咖啡等服务的最后一公里的终端服务功能,所以,日本便利店是中国便利店的店效的3倍,其中社会服务占了至少三分之一的比例。

而中国便利店还是以香烟、水和零食为主销售,鲜食占的比

例也很少。这个是差距的主要原因,北京便利店的新政策出台会对便利店产生积极影响,未来便利店会集物流、社会综合服务、社区服务为一体的综合服务商。这也不难解释为什么苏宁、便利蜂、物美等企业获得这么多的资本和投入。

便利店的价值到底是什么?差异化店型才是关键。

移动互联网流量格局基本定型,线上流量获取成本居高不下,甚至已经高于线下流量。便利店门店节点网络了一群具有高粘性、高复购的有效用户,这些用户平均每周进入门店2~3次。

平均每店如按照日均1000人次,100个门店,一个月近300万人次的流量。1000个门店,则近30000万人次/月的客流量。这些用户不仅限于销售价值,将可叠加有更多的可行的服务和产品,有更大想象空间。

便利店为什么成为风口——日本便利店持续增长 便利店成为唯一坪效增长的业态。

日本便利店数据

好邻居的CEO陶冶在之前品途的采访中也提到了,中国便

小型业态+制造型零售业是全球性趋势

即使在发展完善的欧洲、日本,小型店也是近期不断增长的趋势并保持一定的创新能力。背后的原因是制造业发展和人性发展的趋势,零售业是非常复杂的社会学。

中国移动互联网的普及带来新的机会和可能性

中国的移动互联网成为全球普及最高的区域,与小店的发展趋势叠加,带来了更多的可能性和复杂的变化。

消费升级+技术和信息的复杂化学反应

中国处于工业化时代结束,进入后工业化(消费时代)的转型阶段。类似于美国70年前后,日本90年前后,消费文化断层,大量新的商品和品牌涌入市场,各种零售形态创新蓬勃发展。技术和信息手段的丰富,极有可能加速这种转型甚至颠覆趋势

日本便利店数据

奇才,不同的竞争格局)。

中国便利店趋势

从这个角度上来说,便利店要有差异的店型服务,才能立住脚。冷静反思,北京便利店之前不缺乏民营资本的投入,好邻居、全时、邻家经营了北京市场多年,而711也在很早前布局北京市场。

但是北京便利店的结果反倒不尽如人意。笔者认为最重要的问题不是资金,而是差异化的店型服务。我们比较下711在纽约的市场占有率,我们发现和北京非常类似的问题,711标

天猫、京东双11玩法曝光 美团进军社交电商

过去一周(10.15-10.21),阿里20亿入股酒类电商1919,布局酒类新零售;2018天猫、京东双11玩法出炉;双11,苏宁“准时达”覆盖全国100城;美团点评上线“美团拼团”;今日头条低调推出电商APP“值点”……

阿里20亿入股酒类电商1919

10月18日,酒类电商平台1919发布公告称,近日获得阿里巴巴集团20亿元的战略投资,阿里巴巴持股约29%,成为1919第二大股东。此次C轮融资完成后,1919估值达70亿元,酒饮新零售独角兽诞生。

实际上,此次战略投资前,天猫、零售通、菜鸟物流、蚂蚁金服、盒马鲜生已经和1919展开相关合作。

2018天猫双11玩法出炉

10月19日晚间,天猫在北京正式披露了今年双11的玩法。据了解,今年天猫双11将会推出更大规模的购物津贴和红包,更加简单的玩法,以及覆盖吃喝玩乐购物娱乐旅行等生活全方位场景的大联欢。同时,汇聚了国内外最火热明星与品牌的天猫双11晚会,也会在11月10日如期向全球消费者呈现。

百度外卖更名“饿了么星选”

10月15日,饿了么在北京召开“饿了

么星选”战略发布会,宣布阿里旗下百度外卖正式更名为“饿了么星选”,原百度外卖App也变更为饿了么星选新标识。

饿了么星选将是饿了么旗下严选商家和美食、秉持用户体验至上的高端外卖及生活服务平台。基于此目标,饿了么星选从平台上200多万活跃商家中依据6个维度、5轮筛选、25项考量,以顾问级的选品能力,甄选“安心”又“好味”的美食。

京东启动双11全球好物节

在10月19日举办的“2018年京东全球好物节”启动发布会上,京东集团CMO兼京东商城轮值CEO徐雷表示,今年京东11.11围绕新时期消费者品质消费的核心诉求,依托零售基础设施优势,持续、深入整合站内外优势资源,致力用线上线下、站内站外一致性的高质量购物体验,打造新时期零售行业消费服务的“新标准”。此外,京东将首次联合腾讯办晚会。

今年京东将携手60万家门店,全面融合线上线下资源,参战双11。这些门店包括全国的京东之家、京东便利店、京东X无人超市、7fresh等创新业态,也包括京东与红豆、曲美等众多品牌合作的创新门店。

京东7FRESH宣布进军天津

在公布廊坊店和北京三店将开业

后,京东7FRESH宣布天津鲁能店10月22日开业,这也是京东7FRESH在北京之外开设的首家门店。

除了进军天津市场外,京东7FRESH廊坊店也在紧锣密鼓筹备当中。9月29日,京东7FRESH宣布廊坊店将选址河北廊坊市广阳区 万向城商场负1层。此外,北京还将有三店新开,分别位于北京市通州中山大街59号院1号楼B1层、西城区广安门外大街178、180号、海淀区中关村南大街2号华宇时尚购物中心B1层。

京东正式上线个人快递业务

在近日举行的2018全球智能物流峰会上,京东物流CEO王振辉宣布,京东物流正式上线面向个人客户的快递业务。据悉,如今京东物流已正式在北京、上海、广州上线个人快递业务,范围先期覆盖北京、上海、广州三地,基于完善的网络建设,寄送目的地覆盖全国绝大多数区域。按照计划,揽收范围将于明年起逐步扩大至全国。

苏宁“准时达”覆盖全国100城

10月16日,苏宁物流宣布全面升级精准配送产品“准时达”,升级内容包括扩大服务范围、打造服务标杆、升级服务速度、拓展服务品类四大方面。升级后的“准时达”将覆盖至全国100座城市,打造28个标杆城市并下沉至区县、“大件准时

达”和“准时取”也将服务全国更多的消费者。

美团点评上线“美团拼团”

继手淘特价版、京东拼购、苏宁拼购、今日头条“值点”后,美团点评宣布推出“美团拼团”业务,正式进军社交电商。

10月18日,《联商网》获悉,美团点评官方微信小程序已上线“好货拼团”板块。用户在点击“好货拼团”后,即可跳转至“美团拼团”微信小程序页面。此外,基于LBS定位,用户还可以查看到附近拼团商品。由于尚处于灰度测试阶段,“美团拼团”微信小程序无法在微信小程序入口直接搜索到。

今日头条低调推出电商APP“值点”

今日头条电商业务布局开始提速,独立APP“值点”已经上线。

据了解,值点官方宣称精选一线品牌,优选苏泊尔、飞科等一线品牌制造商,拥有一手工厂货源,剔除中间环节加价。平台覆盖服饰穿搭、生活百货、户外出行、健康养生等商品品类,提供9块9包邮,假一赔三,7天无理由退换货等服务。此外,对于新客,还提供一元购商品福利。

不过在支付方式上,值点目前仅支持货到付款和支付宝支付两种方式,暂不支持微信支付、银联卡支付等其它方式。

(摘自联商网)